



TITLE:

Research on consumer preference, attitude and consumption intention for modern wooden structures: Case-studies from Japan and China(Abstract_要旨)

AUTHOR(S):

Wen, Luo

CITATION:

Wen, Luo. Research on consumer preference, attitude and consumption intention for modern wooden structures: Case-studies from Japan and China. 京都大学, 2017, 博士(農学)

ISSUE DATE:

2017-09-25

URL:

<https://doi.org/10.14989/doctor.k20719>

RIGHT:

学位規則第9条第2項により要約公開

(続紙 1)

京都大学	博士（農学）	氏名	Wen Luo
論文題目	Research on consumer preference, attitude and consumption intention for modern wooden structures: Case-studies from Japan and China （現代的木造建築に対する消費者の嗜好性，態度，消費意向に関する研究：日本と中国の事例研究）		
(論文内容の要旨)			
<p>現代的木造建築（MWS）は，個人住宅から大型の公共施設まで建造可能であり，低炭素化をめざす社会の要請に応えることができるものである．日本では建築環境総合性能評価システム（CASBEE）の制定とともに，近年急速にMWSが増えつつある．中国においてもグリーンビルディングのコンセプトのもと，MWSの普及政策が打ち出されている．このような中で，消費者のMWSに対する受容性などについての研究が十分に行なわれておらず，MWS普及のネックとなっている．本研究の目的は，日本と中国の消費者のMWSに対する嗜好性，態度と消費意向を解明することで，MWS普及の課題を明らかにし，MWS普及のための政策提言をまとめることである（第1章）．</p> <p>第2章では，消費者のMWSに対する支払意思を明らかにするため，耐久消費財としての住宅（以下，MWS住宅）と非耐久消費財としてのホテル（以下，MWSホテル）の2つを取り上げて，日本と中国で対面アンケート調査を実施した．中国では北京と上海のショッピングセンターから合計300サンプルが，日本では京都の道の駅にて213サンプルが得られた．アンケート調査の結果から，MWSの普及が進んでいる日本ではMWS住宅に対する支払意思が高く，MWSが十分認知されていない中国ではMWS住宅よりもMWSホテルに対する支払意思が高かった．支払意思を左右する要因を順序プロビットモデルで解析した結果，木への愛着やMWSに接した体験が日中ともに支払意思を増加させたが，中国では学歴がMWSホテルへの低い支払意思に結び付いていた．中国では，森林消失に対する負のイメージが，MWSに限らず木造建築全般に対する負のイメージに結び付いているものと推定された．これらの結果から中国ではホテルや公共建築物での普及の可能性が最も高く，さらにMWSの環境親和性についての知識の普及が必要であることを提示した．</p> <p>第3章では，京都で得られた183消費者のMWSに対する消費意向について解析を行った．解析には2段階構造方程式モデリングを使用した．作成したモデルは，MWSに対する知識と経験が，MWSに対する認知，情緒，認識の3つにそれぞれ影響を与え，これらが，MWSの消費意向に影響するものとした．解析の結果，従来から指摘されていた通りMWSに対する正しい認知，MWSに対する嗜好性（情緒），そしてMWSを正しく識別すること（認識）のいずれもが消費意向に大きく関与していた．MWSに対する一般的知識は認知・情緒・認識の3つの要素と強く相関し，結果として消費意向にポジティブに影響していた．一方，MWSの利用経験や居住経験は，認識を通じて消費意向にポジティブに関与していたものの，その関与はそれほど強くなかった．このことからMWSに関する正確な情報を消費者に届けることがより一層の普及に効果的であることを指摘した．</p> <p>第4章では，MWSだけでなく，環境配慮型建物に対する中国の消費者の嗜好性をコンジョイント分析により明らかにした．調査データはホテルの選択という形での341件のアンケート調査結果をもとに解析した．検討した4つの要因は，素材（木造/コ</p>			

ンクリート），エネルギー（循環型/通常），室内環境（改善/通常），価格（3 価格帯；100/110/130）で，この中では，エネルギーが最も選択に重要な要因で，価格，素材がこれに続いた．またクラスター分析により消費者のセグメンテーションを行った結果，循環型エネルギーを重要な基準とする若年世代，MWSを忌避する高齢の女性，価格を最も重視する高所得者，環境配慮型建物全体を高く評価する高学歴者という4つのクラスターが析出された．これらの結果から中国でのMWSの普及には，循環型エネルギーと連結すること，そして消費者のセグメンテーションに対応したマーケティングや政策が必要なことを指摘した．

第5章では第2章から第4章の結果に基づいて，中国での今後のMWSの普及のためには，MWSに接する機会を増やすことと伝統的な木造建築物との違いについての正しい知識の普及が必要なことを指摘した．一方，日本では近代，現代と木造建築が連続的に変化して来たため，現代的木造建築を認識することが難しく，この意味で正しい消費者の理解を得ることがやはり重要となっていることを指摘した．また，日本も中国も持続的発展のために木造建築物の重要性を認識し，公共建築物での普及を積極的に行なっているが，公共建築物だけではなく一般住宅での木材利用を拡大する政策が必要であることを指摘した．

注) 論文内容の要旨と論文審査の結果の要旨は1頁を38字×36行で作成し，合わせて，3,000字を標準とすること．

論文内容の要旨を英語で記入する場合は，400～1,100 wordsで作成し
審査結果の要旨は日本語500～2,000字程度で作成すること．

(続紙 2)

(論文審査の結果の要旨)

現代的木造建築（MWS）を駆使した環境配慮型建物の普及は、低炭素社会の実現、木材マーケットの活性化、快適な居住空間の提供などを実現する上できわめて重要で、世界的にはグリーンビルディングというコンセプトで導入・普及が進められている。本研究は、日本と中国におけるMWSに対する消費者の嗜好性、態度と消費意向を分析し、MWS普及の課題を明らかにして、MWSの普及拡大のための政策提言を行ったものである。評価すべき点は以下のとおりである。

1. 木造建築について長い歴史をもつ日本と中国のMWSに対する消費者の支払意思の違いを分析し、木材利用一般に対して環境面での負のイメージを持つ中国の特徴を明らかにするとともに、現在の住宅建築コストなどを考えるとホテルや公共建築物でのMWSの普及が短期的には最も重要かつ有効であることが示された。

2. 日本における消費者のMWSに対する消費意向は、MWSに対する正しい科学的な理解が消費意向の上昇に強く影響しており、消費者への正確な情報の伝達が今後重要なことが示された。

3. 中国における環境配慮型建物に対する消費者の嗜好性を分析したところ、循環型エネルギーの利用が消費者にとって最も強い誘因効果を持っており、建築物が木造かコンクリートであるかは重要ではなかった。さらに、消費者は4つのセグメントに分割でき、それぞれのセグメントに即したマーケティングや政策が必要なことが示された。

4. これらの結果から、MWSの普及や歴史が異なるものの、日本と中国双方において正しい知識の普及と消費者の認知を獲得することが今後の普及のために重要なこと、ならびに一般住宅での普及のためのより強力な政策が必要なことを指摘した。

以上のように、本論文は今まで明らかでなかった日本と中国における現代的木造建築に対する消費者の嗜好性、態度、消費意向を明らかにし、今後の低炭素社会の実現や林業と木材産業の活性化にも貢献する政策提言を行ない、木材マーケティング論、木材産業政策論、森林・人間関係学の発展に寄与するところが大きい。

よって、本論文は博士（農学）の学位論文として価値あるものと認める。

なお、平成29年8月4日、論文並びにそれに関連した分野にわたり試問した結果、博士（農学）の学位を授与される学力が十分あるものと認めた。

また、本論文は、京都大学学位規程第14条第2項に該当するものと判断し、公表に際しては、当該論文の全文に代えてその内容を要約したものとすることを認める。

注) 論文内容の要旨、審査の結果の要旨及び学位論文は、本学学術情報リポジトリに掲載し、公表とする。

ただし、特許申請、雑誌掲載等の関係により、要旨を学位授与後即日公表することに支障がある場合は、以下に公表可能とする日付を記入すること。

要旨公開可能日： 年 月 日以降（学位授与日から3ヶ月以内）